

THE ANALYSIS OF STUDENT'S SATISFACTION TOWARDS SERVICE QUALITY AT INSTITUTE BUSINESS AND INFORMATICS STIKOM SURABAYA

Sulistiowati¹⁾, Tutut Wuriyanto²⁾, Henry Bambang Setyawan³⁾

Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
email : ¹⁾sulist@stikom.edu

(Submit : 23 November 2018, Revised : 1 Desember 2018, Accepted : 11 Desember 2018)

Abstract In this globalization era, business competition is thighter in all fields, nevertheless in education field, especially in a university. According to Forlap Dikti, there are 17 state universities and 328 private universities in East Java. Institute Business and Informatics Stikom Surabaya (Stikom Surabaya) is one of the private universities in East Java which has two faculties. They are Technology and Informatics Faculty and Economics and Business Faculty. Technology and Informatics Faculty has some departments. They are Information System Department (S1 SI), Computer System Department (S1 SK), Visual Communication Design Department (S1 DKV), Graphics Design Department (S1 DG), Computer Multimedia Department (DIV KM), and Informatics Management (DIII MI), while Economics and Business Faculty has three departments. They are Management Department (S1 Man), Accounting Department, and Computerized office and Secretarial Department (DIII KPK). In order to win the competition, Stikom Surabaya always tries to evaluate the quality service based on student's perception as an input to improve the service quality at Stikom Surabaya. Based on the above problem, the research was addressed to analysis student's satisfaction towards service quality at Stikom Surabaya. this research used quality service theory written by Parasuraman by using five dimensions which are Tangible, Reliable, Responsiveness, Assurance and Empathy. Methode used in this research was Descriptive Statistic. Based on questionnaire distribution to 57 respondents who who were going to graduate, it was obtained that students felt satisfied towards the quality service in responsiveness dimenstion, Reliable dimension and empathy. While tangible dimension which need to be improved is parking lot.

Keywords : business competition, service quality, satisfied, reliable dimension and empathy

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini persaingan bisnis semakin ketat di segala bidang, tak terkecuali di bidang pendidikan khususnya Perguruan Tinggi (PT). Menurut data forlap Dikti, di Jawa Timur terdapat 17 perguruan tinggi negeri dan 328 perguruan tinggi swasta. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya (Stikom Surabaya) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta

di Jawa Timur yang memiliki dua fakultas yaitu Fakultas Teknologi dan Informatika dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Fakultas Teknologi dan Informatika memiliki program studi yaitu S1 Sistem Informasi (S1 SI), S1 Sistem Komputer (S1 SK), S1 Desain Komunikasi Visual (S1 DKV), S1 Desain Grafis (S1 DG), DIV Komputer Multimedia (DIV KM), dan DIII Manajemen Informatika (DIII MI), sedangkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki tiga

program studi yaitu S1 Manajemen (S1 Man), S1 Akuntansi (S1 Akun), dan DIII Komputerisasi Perkantoran dan Kesekretariatan (DIII KPK). Untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat tersebut, Stikom Surabaya selalu berupaya untuk mengevaluasi kualitas pelayanan berdasarkan persepsi mahasiswa Stikom Surabaya sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di Stikom Surabaya.

II. KAJIAN PUSTAKA

Menurut Parasuraman (1995) kualitas pelayanan terdiri atas lima dimensi yaitu: Tangible, Reliable, Responsiveness, Assurance, Empathy. Tangible merupakan tampilan atau penampakan fasilitas fisik dari fasilitas, peralatan dan penampilan personil. Reliable merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Responsiveness merupakan kesediaan

untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Sedangkan kepuasan pelanggan menurut Westbrook dalam Tjiptono (2014) merupakan evaluasi secara umum terhadap pemakaian suatu produk atau suatu jasa yang telah dibeli. Menurut pengertian Sulistiowati (2011), setiap peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi mendorong kemajuan dalam bisnis. Dengan adanya kemajuan ilmu dan teknologi akan memudahkan para pelaku bisnis di berbagai kegiatan seperti : produksi, distribusi, pemasaran, komunikasi bisnis dan berbagai aspek lain yang menunjang kegiatan bisnis. (Samsul, Achmad, 2018 : 661).

III. METODE PENELITIAN

Model Konseptual dan Uji Hipotesis

Model konseptual pada penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Konseptual Kualitas Pelayanan

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan responden mahasiswa Stikom Surabaya yang melaksanakan wisuda bulan Oktober 2018.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi merupakan kumpulan dari keseluruhan obyek yang akan diukur dalam

penelitian (Cooper dan Schindler, 2003). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Stikom Surabaya yang melaksanakan wisuda pada bulan Oktober 2018 sebanyak 132 mahasiswa. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan e sebesar 10% (Sugiyono, 2016). Dengan rumus Slovin tersebut diperoleh jumlah sampel sebesar 57 mahasiswa.

$$s = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

S : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : taraf keberartian

Adapun jumlah sampel untuk setiap program studi diperoleh dengan rumus stratified random sampling proportional

(Sugiyono, 2007). Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 1.

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan :

n_i = ukuran sampel pada stratum ke i

n = ukuran sampel keseluruhan

N_i = ukuran populasi pada stratum ke i

N = ukuran populasi

Tabel 1. Jumlah Sampel Mahasiswa Setiap Program Studi

Jurusan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel
D3 MI	17	7
D3 KPK	9	4
S1 SI	58	25
S1 SK	20	9
S1 DKV	20	9
DIV KM	8	3
Total	132	57

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah pertanyaan/ Pernyataan pada kuesioner valid atau tidak. Indikator pernyataan dari kuesioner untuk kualitas pelayanan mengikuti teori Service Quality dari Parasuraman (1998), terdiri atas tampilan fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Berdasarkan hasil uji validitas semua variabel dinyatakan valid karena nilai Sig. (2-tailed) lebih besar dari nilai taraf keberartian (10%). Sedangkan hasil dari uji reliabilitas, dapat dikatakan bahwa semua jawaban responden reliabel karena nilai Cronbach Alpha adalah 0,93 lebih besar dari 0,7.

IV. PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 57 responden mahasiswa yang diwisuda pada periode Oktober 2018. Hasil pengolahan data diperoleh bahwa responden rata-rata berusia 22 tahun. Adapun persentase responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 81% dan persentase responden berjenis kelamin perempuan sebesar 19%.

Analisis Deskriptif Untuk Kualitas Pelayanan

Analisis Deskriptif Untuk Dimensi (Variabel) Tampilan Fisik (X1)

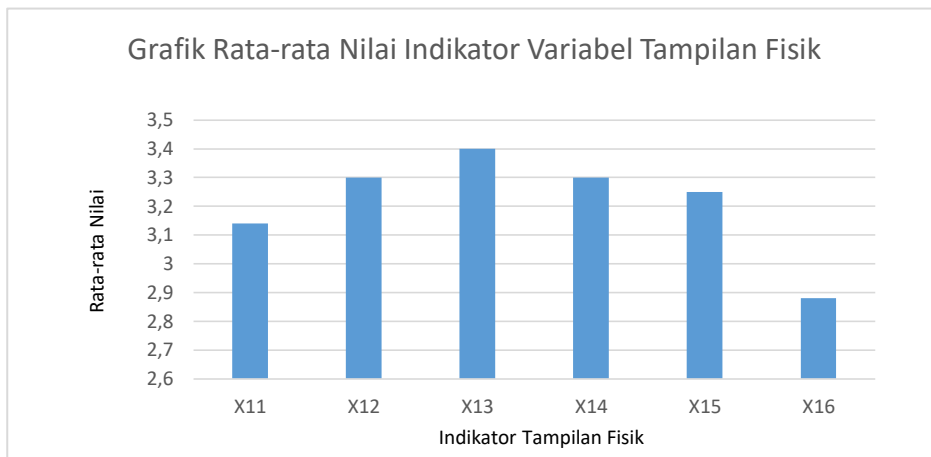
Tabel 2. Hasil Pengolahan Data Deskriptif Untuk Variabel Tampilan Fisik

No	Indikator	Jawaban (%)				Rata-Rata	Standart Deviasi
		Tidak Setuju (1)	Kurang Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)		
1	Ruangan di Stikom Surabaya secara umum sudah memadai untuk pelayanan kepada mahasiswa (X11)	0,0	1,8	82,5	15,8	3,14	0,39
2	Ruangan di Stikom Surabaya secara umum sudah tertata dengan bersih dan rapi (X12)	0,0	1,8	66,7	31,6	3,30	0,49
3	Ruangan di Stikom Surabaya secara umum sudah sejuk dan nyaman (X13)	0,0	5,3	52,6	42,1	3,4	0,58
4	Sarana layanan informasi akademik (misalnya monitor touch screen, monitor jadwal kuliah, dan wifi) yang disediakan oleh Stikom Surabaya dapat diakses dengan baik (X14)	0,0	3,5	63,2	33,3	3,30	0,53
5	Tampilan dosen dan karyawan Stikom Surabaya sudah rapi (X15)	0,0	12,3	50,9	36,8	3,25	0,66
6.	Tempat parkir yang disediakan oleh Stikom Surabaya sudah memadai (X16)	3,5	17,5	66,7	12,3	2,88	0,66
Rata-rata Nilai Indikator Variabel Tampilan Fisik						3,16	

Berdasarkan tabel 2, didapatkan indikator tempat parkir yang disediakan oleh Stikom Surabaya sudah memadai (X16), nilainya masih kurang dari 3 (kurang setuju) atau dengan kata lain mahasiswa masih kurang puas dengan layanan tempat parkir yang disediakan oleh

Stikom Surabaya, sehingga perlu ditingkatkan agar memadai.

Untuk melihat perbandingan rata-rata nilai indikator variabel Tampilan Fisik, ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Grafik Perbandingan Rata-rata Nilai Indikator Variabel Tampilan Fisik

Berdasarkan Gambar 2, diperoleh bahwa rata-rata nilai tertinggi dari indikator tampilan fisik adalah Ruangan di Stikom Surabaya secara umum sudah sejuk dan nyaman (X13) sebesar 3,4 yang artinya mahasiswa sudah puas dengan layanan tersebut. Sedangkan rata-rata nilai terendah dari indikator tampilan fisik adalah indikator tempat parkir yang disediakan oleh Stikom Surabaya sudah memadai (X16)

sebesar 2,88 yang artinya masih cenderung setuju atau dengan kata lain mahasiswa masih kurang puas dengan layanan tempat parkir, sehingga Stikom Surabaya perlu menyediakan tempat parkir yang memadai.

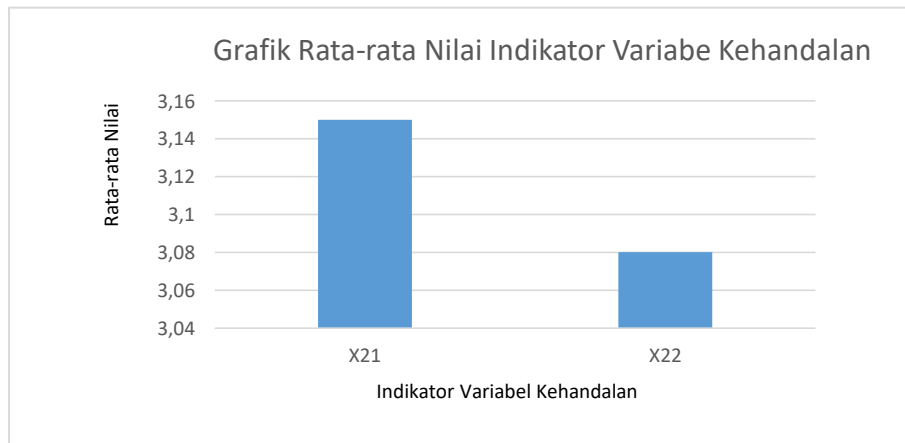
Analisis Deskriptif Untuk Dimensi (Variabel) Kehandalan (X2)

Tabel 3. Hasil Pengolahan Data Deskriptif Untuk Variabel Kehandalan

No	Indikator	Jawaban (%)				Rata-Rata	Standart Deviasi
		Tidak Setuju (1)	Kurang Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)		
1	Pelayanan umum yang bersifat administratif mudah dan cepat (X21)	0,0	5,3	73,7	21,1	3,15	0,498
2	Mahasiswa telah memperoleh pelayanan yang baik dari bagian administrasi dan dosen (X22)	0,0	5,3	80,7	14,0	3,08	0,439
Rata-rata Nilai Indikator Variabel Kehandalan						3,12	

Berdasarkan tabel 3, hasil dari setiap rata-rata nilai pada indikator variabel kehandalan sudah lebih besar dari 3 yang artinya mahasiswa setuju (sudah puas) dengan layanan tersebut.

Untuk melihat perbandingan rata-rata nilai indikator variabel kehandalan, ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3. Grafik Perbandingan Rata-rata Nilai Indikator Variabel Kehandalan

Berdasarkan Gambar 3, diperoleh bahwa rata-rata nilai tertinggi dari indikator kehandalan adalah pelayanan umum yang bersifat administratif mudah dan cepat (X21) sebesar 3,15 yang artinya mahasiswa setuju (sudah puas) dengan layanan tersebut. Sedangkan untuk indikator mahasiswa telah memperoleh pelayanan yang baik dari bagian administrasi

dan dosen (X22), rata-rata nilainya sebesar 3,08 yang artinya mahasiswa setuju (sudah puas) dengan layanan tersebut. Secara umum dapat dikatakan bahwa mahasiswa sudah puas dengan kualitas layanan pada dimensi kehandalan.

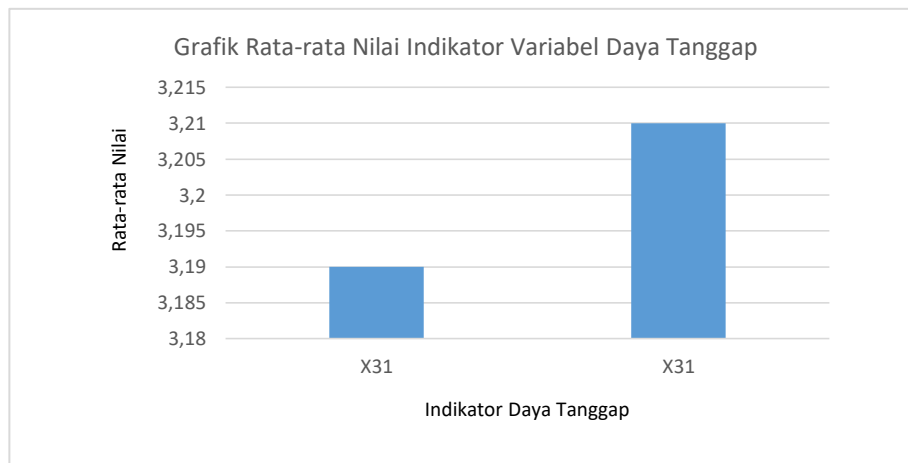
Analisis Deskriptif Untuk Dimensi (Variabel) Daya Tanggap (X3)

Tabel 4. Hasil Pengolahan Data Deskriptif Untuk Variabel Daya Tanggap

No	Indikator	Jawaban (%)				Rata-Rata	Standart Deviasi
		Tidak Setuju (1)	Kurang Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)		
1	Staf bagian administrasi dapat menjawab dengan baik jika ada pertanyaan dari mahasiswa terkait dengan administrasi (X31)	0,0	3,5	73,7	22,8	3,19	0,47
2	Mahasiswa telah memperoleh pelayanan yang baik dari bagian administrasi dan dosen (X32)	0,0	5,3	68,4	26,3	3,21	0,53
Rata-rata Variabel Daya Tanggap						3,20	

Berdasarkan tabel 4, diperoleh bahwa rata-rata nilai dari setiap indikator pada variabel daya tanggap lebih besar dari 3, yang artinya mahasiswa setuju (sudah puas) dengan layanan yang ada pada variabel daya tanggap.

Untuk melihat perbandingan rata-rata nilai indikator variabel daya tanggap, ditunjukkan pada gambar 4.



Gambar 4. Grafik Perbandingan Rata-rata Nilai Indikator Variabel Daya Tanggap

Berdasarkan Gambar 4, diperoleh bahwa rata-rata nilai tertinggi dari indikator Daya Tanggap adalah mahasiswa telah memperoleh pelayanan yang baik dari bagian administrasi dan dosen (X32) sebesar 3,21 yang artinya mahasiswa setuju (sudah puas) dengan pelayanan yang diberikan oleh bagian administrasi dan dosen di Stikom Surabaya. Sedangkan untuk rata-rata nilai indikator Staf bagian administrasi dapat menjawab dengan baik jika ada pertanyaan

dari mahasiswa terkait dengan administrasi (X31) sebesar 3,19 yang artinya mahasiswa setuju (sudah puas) dengan jawaban dari bagian administrasi. Secara umum dapat dikatakan mahasiswa sudah puas dengan kualitas pelayanan pada dimensi Daya Tanggap.

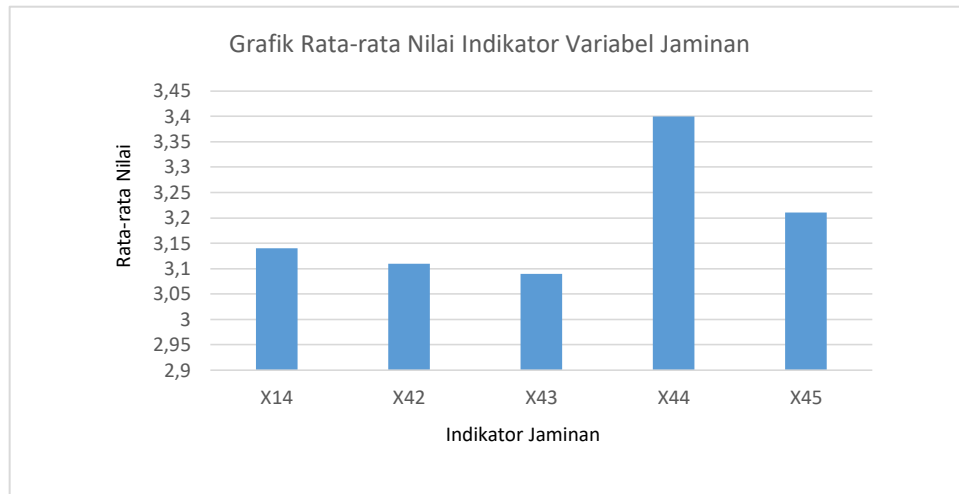
Analisis Deskriptif Untuk Dimensi (Variabel) Jaminan (X4)

Tabel 5. Hasil Pengolahan Data Deskriptif Untuk Variabel Jaminan

No	Indikator	Jawaban (%)				Rata-Rata	Standart Deviasi
		Tidak Setuju (1)	Kurang Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)		
1	Bagian administrasi sudah menjalankan kegiatannya sesuai dengan kalender akademik (X41)	0,0	1,8	82,5	15,8	3,14	0,39
2	Staf Bagian administrasi sudah memberikan pelayanan dengan santun (X42)	0,0	5,3	78,9	15,8	3,11	0,45
3	Dosen menjamin materi yang disampaikan up to date (X43)	0,0	7,0	77,2	15,8	3,09	0,47
4	Jumlah pertemuan sudah sesuai dengan ketentuan (12 s.d 14 kali pertemuan) (X44)	0,0	1,8	56,1	42,1	3,40	0,53
5	Dosen menjadi contoh dalam bersikap dan berperilaku (X45)	0,0	8,8	61,4	29,8	3,21	0,59
Rata-rata Variabel Jaminan						3,19	

Berdasarkan tabel 5, diperoleh bahwa rata-rata nilai dari setiap indikator pada variabel Jaminan lebih besar dari 3, yang artinya

mahasiswa setuju (sudah puas) dengan kualitas layanan yang ada pada variabel Jaminan, ditunjukkan pada gambar 5.



Gambar 5. Grafik Perbandingan Rata-rata Nilai Indikator Variabel Jaminan

Berdasarkan Gambar 5, diperoleh hasil bahwa rata-rata nilai tertinggi dari indikator variabel Jaminan adalah jumlah pertemuan sudah sesuai dengan ketentuan (12 s.d 14 kali pertemuan) (X44) sebesar 3,40 yang artinya mahasiswa setuju (sudah puas) dengan indikator tersebut. Sedangkan untuk indikator lainnya dari Variabel Jaminan sudah memiliki rata-rata

nilai di atas 3 yang artinya mahasiswa setuju (sudah puas) dengan layanan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mahasiswa sudah puas dengan kualitas pelayanan pada dimensi Jaminan.

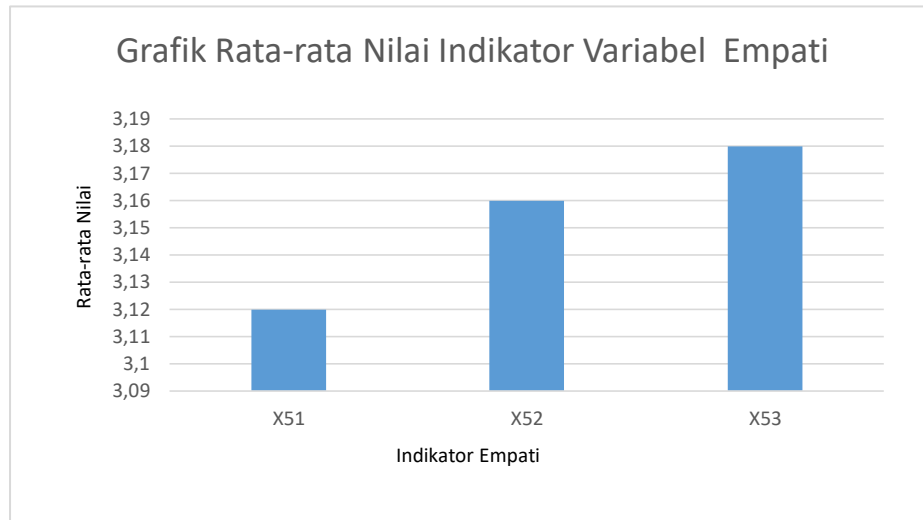
Analisis Deskriptif Untuk Dimensi (Variabel) Empati (X5)

Tabel 6. Hasil Pengolahan Data Deskriptif Untuk Variabel Empati

No	Indikator	Jawaban (%)				Rata-Rata	Standart Deviasi
		Tidak Setuju (1)	Kurang Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)		
1	Jika mahasiswa bertanya tentang administrasi, maka Staf Bagian administrasi selalu membantunya (X51)	0	3,5	80,7	15,8	3,12	0,43
2	Selama ini hubungan Anda dengan staf Bagian administrasi dan dosen sudah baik (X52)	0	5,3	73,7	21,1	3,16	0,49
3	Dosen dan staf administrasi sudah memberikan pelayanan dengan baik (X53)	0	7,0	68,4	24,6	3,18	0,54
Rata-rata Variabel Empati						3,15	

Berdasarkan tabel 6, diperoleh bahwa rata-rata nilai dari setiap indikator pada variabel Empati lebih besar dari 3, yang artinya mahasiswa setuju (sudah puas) dengan kualitas layanan yang ada pada dimensi Empati.

Untuk melihat perbandingan rata-rata nilai indikator variabel Empati, ditunjukkan pada gambar 6.



Gambar 6. Grafik Perbandingan Rata-rata Nilai Indikator Variabel Empati

Berdasarkan Gambar 6, diperoleh hasil bahwa rata-rata nilai tertinggi dari indikator variabel Empati adalah Dosen dan staf administrasi sudah memberikan pelayanan dengan baik (X53) sebesar 3,18 yang artinya mahasiswa setuju (sudah puas) dengan pelayanan yang diberikan oleh dosen dan bagian administrasi. Sedangkan untuk indikator lainnya dari Variabel Empati sudah memiliki rata-rata nilai di atas 3, yang artinya mahasiswa setuju (sudah puas) dengan setiap indikator yang ada pada variabel Empati. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mahasiswa sudah puas dengan kualitas pelayanan pada dimensi Empati.

Brand Loyalty has significant effect on brand image (Rafhdian, Daengs, Andi, 2016 : 292).

V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 57 responden mahasiswa yang akan

diwisuda diperoleh bahwa mahasiswa sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan untuk dimensi daya tanggap, kehandalan, dan empati. Sedangkan untuk dimensi tampilan fisik, yang perlu ditingkatkan adalah tempat parkir agar memadai.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aripin, Samsul, Daengs GS, Achmad, 2018. Pengendalian Persediaan Bahan Baku Terhadap Proses Produksi. Jurnal Ekonomi & Bisnis JEB 17, UNTAG Surabaya, Vol. 3 No. 1, 661-676.
- [2] Cooper, D.R. and Schindler, P.S. (2003). Business Research Methods. 8th Edition, McGraw-Hill Irwin, Boston.
- [3] Parasuraman.1998, Customer Service in Business-to-Business Markets: An Agenda for Research, Journal of Business and Industrial Marketing, Volume 13, Issue 4/5, pp. 309-321

- [4] Rafhdian, MA, Daengs GS, Achmad, Farouq Hasan, Andi, 2016. Brand Equity On Brand Image Of Tourism Object In Surabaya. IMC 2016 Proceedings Universitas Muhammadiyah Jakarta, Vol. 1 No. 1. 287-293.
- [5] Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- [6] Sugiyono (2009). Metode Penelitian Bisnis. Jakarta, Alfabeta
- [7] Sulistiowati, (2011), Pengaruh Service Quality, Trust, Customer Satisfaction Terhadap Loyalitas Mahasiswa Pada Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi (LP3I) Manyar Surabaya. Snasti STIKOM Surabaya